DOI: https://doi.org/10.22067/jls.v53i1.86364

# تأثیر فضای مجازی بر شعر امروز؛ پدیدار شناسی تجربۀ زیستۀ شاعران

نشریۀ علمی جستارهای نوین ادبی، شمارۀ ۲۰۸، بهار ۱۳۹۹
مقاله پژوهشی

آرش شفاعي بجستان[۱]
دکتر محمدرضا رسولی[۲]
دکتر پروین سلاجقه[۳]

## چکیده

رسانه‌های جدید و فناوری‌های ارتباطی برآمده از اینترنت، ساحت‌های مختلف زیست فرهنگی، اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده است. در این میان شعر فارسی به عنوان یکی از مهمترین مظاهر فرهنگی در ایران، تا چه حد از این فناوری‌ها تأثیر پذیرفته است؟ این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است و پاسخ خود را به منظور رسیدن به یک مدل نظری، با رویکردی پدیدارشناختی از تجربۀ زیستۀ شاعران فارسی زبان جسته است. برای رسیدن به این مدل، با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و براساس مطالعۀ زندگینامه‌ای، برای هشتاد و سه شاعر پرسش‌نامه‌ای را برمبنای مصاحبۀ نیمه ساختاریافته ارسال شد. این پاسخ‌ها سپس با استفاده از کدگذاری باز و نظری به مقوله‌های مختلفی تقسیم شد که مقولۀ مرکزی تحقیق، وجود اضطراب فناورانه در نزد شاعران بود. براین اساس با استفاده از رویکرد نظام‌مند روش نظریۀ داده بنیاد (گراندد تئوری) به مدلی رسیدیم که وضعیت پیش روی شاعران در قبال تأثیرات فضای مجازی را در سه راهبرد «ادغام»، «تلفیق» و «تداوم» مشخص می‌کند. براساس این مدل، پیشنهادهایی برای کاستن از اضطراب فناورانه در نزد شاعران و بهره‌مندی از محاسن فضای مجازی ارائه شد.

**کلیدواژه‌ها:** شعر، نظریۀ داده بنیاد، اضطراب فناورانه، مخاطب، فضای مجازی.

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز (نویسنده مسئول) arash.shafai@gmail.com
۲. دانشیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه ازاد اسلامی واحد تهران مرکز rasouli57@yahoo.com
۳. استادیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه ازاد اسلامی واحد تهران مرکز salajeghe@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۱۵

**۱. مقدمه**

شعر فارسی یکی از جلوه‌های مهم فرهنگی در ایران و کشورهای تحت تأثیر فرهنگ و تمدن فارسی است. بیشتر (و شاید بهتر است بگوییم همهٔ) نظریه‌پردازانی که در حوزهٔ هویت ایرانی و هویت ملی قلم زده‌اند، شعر فارسی و میراث برآمده از شاعرانی چون رودکی، فردوسی، خیام، نظامی، مولانا، سعدی، حافظ و ... را از عناصر اصلی تشکیل دهندهٔ هویت ملی ایران دانسته‌اند. ارتباط تاریخی میان ایرانیان و شاعرانشان که به جهان‌بینی ایرانیان، هویتی خلل‌ناپذیر و اعتماد به نفسی کم‌نظیر بخشیده است، رابطه‌ای بوده که عنصر زمان هیچگاه نتوانسته است آن را کمرنگ کند و در هیچ تمدن دیگری نمی‌توان همانندش را یافت. (شایگان: ۱۳۹۳، ۳)

حتی شعر فارسی آینه‌ای بوده است که تصویر گذشته، عادات، آیین‌ها و ویژگی‌های ایرانیان در طول دوران را در آن دیده‌اند؛ چنانکه برای مثال بخش مهمی از آگاهی‌های ما دربارهٔ ساختار اجتماعی ازدواج در دوران اساطیری و تاریخی در ایران از شاهنامهٔ فردوسی و اطلاعات امروزی‌مان دربارهٔ آیین‌های باستانی مانند نوروز، مهرگان و جشن سده برآمده از قصاید مدحی شاعران فارسی زبان است (روح‌الامینی:۱۳۹۴، ۲۰ و ۲۱). علاوه بر این بخش مهمی از نفوذ و تأثیرگذاری فرهنگ و تمدن فارسی در طول تاریخ به لطف شعر فارسی و آثار شاعران ایرانی بوده است چنانکه ابن‌بطوطه در قرن هشتم گزارش داده است که موسیقی‌دانان چینی در کشتی‌های تجاری که به هند می‌آمده‌اند، شعر سعدی می‌خوانده‌اند و امیرزاده‌ای از چین را در هند دیده که شیفتهٔ شعر و موسیقی فارسی بوده است (همان،۹۷).

شعر فارسی، دوره‌ها و سبک‌های مختلفی را از سر گذرانده است و این تغییرات که هم در فرم و هم در محتوای شعر در طول تاریخ بیش از هزار سالهٔ آن به وجود آمده؛ تحت تأثیر عوامل مختلف از جمله تغییرات و تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بوده است. ما در این مقاله سر آن نداریم که تاریخ ادبیات ایران را مرور کنیم بلکه بحث ما بر سر آن است که در دو دههٔ اخیر شعر فارسی شاهد چه تغییراتی در حوزهٔ فرم و محتوا بوده است و آیا شاعران توانسته‌اند از فرصتی که فضای مجازی برای گفت‌وگو و تعامل با مخاطبان در اختیارشان قرار داده است، بهره ببرند یا نه.

از ابتدای دههٔ هشتاد شمسی و با ورود وب ۲ به ایران، دگرگونی‌های فناورانه و گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، تغییرات ملموسی در ساحت‌های مختلف زندگی اجتماعی و فرهنگی به وجود آورده‌اند. شئون مختلف زندگی امروزه تحت تأثیر فضای مجازی است که با داشتن خصیصه‌هایی ویژه، از دیگر رسانه‌ها، متمایز می‌شود؛ خصیصه‌هایی که فناوری به این فضا بخشیده و باعث شده است تمایزهایی ویژه با دیگر رسانه‌ها داشته باشد، عبارتند از: دیجیتالی بودن، داشتن حافظهٔ مجازی، تعاملی بودن، فرامتنی بودن و غیرمرکزی بودن (هاشمی‌زاده و انصاری‌نسب: ۱۳۹۶، ۲۶).

پس از رواج و گسترش وبلاگ‌نویسی در ایران، تولید محتوا به زبان فارسی در وبلاگ‌ها آشکارا شدت گرفت به گونه‌ای که زبان فارسی به یکی از ده زبانی بدل شد که بیشترین وبلاگ‌ها در سطح جهان به آن زبان‌ها نگاشته می‌شد. (رضی:۱۳۸۹، ۶۶) وبلاگ‌های ادبی زیادی نیز ایجاد شد و در طول دهۀ هشتاد، وبلاگ‌نویسی ادبی رونق فراوانی داشت و شاعران و دوستداران شعر فارسی، در این محیط فعال بودند. در پایان دهۀ ۸۰ و آغاز دهۀ ۹۰ و با رونق گرفتن شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، حضور و فعالیت شاعران در این حوزه نیز ادامه یافت و در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی، شاهد ایجاد صفحات شخصی یا گروهی ادبی، گروه‌های شعری و کانال‌هایی با این مضمون بوده و هستیم. پیش‌فرض ما در این پژوهش براساس اظهارات شاعران و منتقدان ادبی در مجامع ادبی و هنری و مطبوعات، این است که تغییرات فناورانه در حوزۀ ادبیات و بخصوص شعر نیز تأثیرگذار بوده است. البته این امر در یک تحقیق دانشگاهی و علمی به آزمون گذاشته نشده است.

تأثیرگذاری فضای مجازی بر حوزه‌های مختلف همچون تجارت خرد و کلان، سبک زندگی، شکل‌گیری دیدگاه‌های سیاسی، انتخاب رسانه و .... نه تنها مشهود است، که در زندگی روزمره بدیهی به نظر می‌رسد.

## ۲. پیشینۀ پژوهش

در ایران و جهان مجموعه‌ای از پژوهش‌ها در حوزۀ تأثیرگذاری فضای مجازی انجام شده است و میزان تأثیرگذاری یا وجود رابطه میان استفاده از فضای مجازی و مفاهیم مختلف مورد سنجش قرار گرفته است. پژوهش زکی (۱۳۹۷) با استفاده از روش فراترکیب (متاسنتز) درخصوص این پژوهش‌ها حکایت از این دارد که شناسایی اثرات، کارکردها و پیامدهای متعددگرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (پسایندها)، با داشتن ۶۴ درصد کل پژوهش‌ها بیشترین رویکرد پژوهشی در این حوزه بوده است و پس از آن پژوهش دربارۀ کلیات و چیستی ماهیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با ۳۲ درصد و شناسایی عوامل مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی (پیشایندها) با ۶ درصد در رتبه‌های بعدی هستند. این پژوهش‌ها ثابت کرده‌اند که استفاده از فضای مجازی باعث بروز تأثیرات چهارگانۀ خانوادگی، سیاسی، اجتماعی ورفتاری-تربیتی (حوزۀ هویتی) شده‌اند؛ اما با مروری بر عناوین مقالات درمی‌یابیم در پژوهش‌های مربوط به این حوزه دو کاستی مهم وجود دارد. یکی اینکه مقالات کاربرمحورند یعنی پژوهشگران عمدتاً به دنبال این بوده‌اند که دریابند فضای مجازی چه تغییری در کاربران و مخاطبان ایجاد کرده‌اند و از تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی غفلت کرده‌اند. تحقیقاتی هم که سویۀ نگاه خود را به سمت کاربران نبرده‌اند، با روش تحلیل محتوا به استخراج داده‌ها از متون روی آورده‌اند و آنها نیز توجهی به تولیدکنندگان محتوا و نویسندگان متون منتشر شده در فضای مجازی، نداشته‌اند.

این تحقیقات عبارتند از: تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزۀ عمومی هابرماس (خانیکی، اتابک و عزیزی،۱۳۹۶)، نقش ارزش‌های فرهنگی بر محتوای شبکه‌های اجتماعی

(نقیب‌السادات و قصابی، ۱۳۹۴)، تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی براساس مدل SWOT(امیری و حبیب‌زاده، ۱۳۹۴)، تحلیل محتوای شبکه‌های اجتماعی با رویکرد نتوگرافی براساس اطلاعات ناقص (شیخ و شامبیانی، ۱۳۹۴)، تحلیل محتوای صفحات و گروه‌های شبکه اجتماعی فیس بوک با نظریهٔ عمومی هابرماس (ایزدخواستی، علی پور و سپهری، ۱۳۹۲). اگر نتایج این پژوهش‌ها را به صورت تجمعی در کنار هم قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که اگرچه شبکه‌های اجتماعی مجازی زمینهٔ دسترسی به اطلاعات مختلف و امکان گفت‌وگو را فراهم آورده است، اما موضوعاتی چون سرگرمی، بیان مسائل عاطفی، مطالب خنثی و غیر انتقادی در آن مورد توجه بیشتر است و حتی درصورت ایجاد گفت‌وگو، دستیابی به اجماع یا توافق درآنها ممکن نیست و به همین دلیل این شبکه‌ها نتوانسته‌اند به عرصهٔ عمومی مجازی تبدیل شوند.

دومین کاستی تحقیقات این حوزه، توجه اندک پژوهشگران به عرصهٔ فرهنگ است. درحوزهٔ پژوهش ما نیز که با تمرکز بر ادبیات صورت گرفته است، تحقیقاتِ کم شمار انجام شده، بر مباحث کلی ادبیات و فرهنگ متمرکز بوده است. برای مثال محمدی و محبوبی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان نگاهی به تأثیرات انقلاب اطلاعات و فناوری ارتباطات بر فرهنگ ایران، رویکردی کل‌گرا به موضوع داشته‌اند و با استفاده از روش کتابخانه‌ای به مرور ادبیات نظری در این حوزه پرداخته‌اند و دیدگاه فعالان عرصهٔ فرهنگ و نیز برداشت کاربران فضای مجازی در تحقیق آنها غایب است. نجفی (۱۳۹۶) نیز در مقاله‌ای با عنوان آسیب‌شناسی تأثیرات فضای سایبر بر ادبیات نوشتاری معیار، رویکردی آسیب‌شناسانه به استفادهٔ کاربران از زبان معیار دارد و به دیگر حوزه‌های تأثیر فضای مجازی بر ادبیات وارد نشده است.

### ۳. سؤالات پژوهش

ما در این تحقیق برآن بودیم که این کاستی را جبران کنیم و سویهٔ نگاه خود را به سمت تولیدکنندگان محتوای فضای مجازی بچرخانیم و تغییراتی را که در عرصهٔ شعر به سبب فضای مجازی ایجاد شده است؛ از زبان تولیدکنندگان محتوا یعنی خود شاعران ارزیابی کنیم. در حقیقت ما در پی آن بودیم که ببینیم آیا فناوری‌های نوین ارتباطی نظیر وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی بر فضای شعر تأثیرگذار بوده است؟ این فضا شامل همهٔ عناصر و اجزای تشکیل دهندهٔ رسانهٔ شعر به عنوان محملی برای انتقال معنا از شاعر به مخاطبانش است و هم شاعر (فرستندهٔ پیام)، هم شعر (خود پیام)، هم مخاطب (گیرندهٔ پیام)، هم شیوهٔ انتشار و رساندن شعر به دست مخاطب (کانال) و هم تأثیرات آن (بازخورد) را در برمی‌گیرد. درحقیقت ما در این پژوهش سعی کرده‌ایم

براساس مدل پنج گانهٔ لاسول[1] عمل کنیم و ببینیم آیا فضای مجازی بر پنج عنصر تشکیل دهنـدهٔ ایـن مـدل (پیـام، فرستنده، گیرنده، کانال و بازخورد) تأثیر گذاشته است یا نه.

چنان که گفتیم، بنیاد پژوهش ما بر تحقیق کیفی و تجربهٔ زیستهٔ شاعران است؛ به عبارت دیگر ما از رویکـردی پدیدارشناختی استفاده کردیم تا به اطلاعاتی درخصـوص موضـوع پـژوهش برسـیم. چنانکـه مـی‌دانـیم رویکـرد پدیدارشناختی برآمده از دیدگاه‌های هوسرل[2] فیلسوف آلمانی است که معتقد بود برای شناخت درست و عالمانـهٔ پدیده‌ها باید فرض‌هایی را که براساس سنت‌های علمی به وجود آمده‌اند کنار گذاشت و با بازشناسی دوبارهٔ زیست جهان پیرامون هرچیز، آن را دوباره شناخت.

فرض پدیدارشناسی بر این است که زیست جهان پیرامون ما، از تشکل من و دیگر من‌ها برآمـده است و به این ترتیب ما شاهد زیست جهان و عالمي مشترك خواهیم بود. با ایجاد چنین قلمرویي در پدیدارشناسي اسـتعلایی است که می‌توان زیست جهان[3] (جهان محیط ما) را بازیافت. با کشف این زیست جهان می‌توان قلمرو پدیدارهایی ذهني را که تا قبل از آن بی نام و نشان مانده‌اند، فاش کرد. (حیاوی: ۱۳۹۰، ۱۲۵) براین اسـاس پدیدارشناسي، در حقیقـت به جهان، آن‌چنان که به وسیله‌ی یك فرد زیسته مـی‌شود، مـی‌نگـرد نه جهان یا واقعیتي که چیزی جدا از انسان باشد.

به اعتقاد هوسرل زیست جهان «پیش داده» است یعني قبل از همهٔ علوم داده شده است. ما در زندگي واقعی و روزمره با یکدیگر روابط بـین ذهنـی داریم؛ بدون اینکه این روابط را از دیدگاه جامعه‌شناختي درنظر بگیریم، بدون یاری نقد ادبی کتاب می‌خوانیم، رنگ را بدون شناخت طیف درك می‌کنیم، بدون اطلاع از فرآیند دستگاه گوارش به غذا احتیاج داریم و بدون آگاهي از نظریهٔ موج به موسیقي گوش مي‌دهیم. بنابراین این زندگي در جهان بر هرگونه نظریه‌پردازی دربارهٔ آن مقدم است و بدین ترتیب پایه‌ای برای هرگونه نظریه‌سازی مي‌سازد (سیاوشـی، ۱۳۹۲: ۵۷).

## ٤. ضرورت پژوهش

چنانکه گفتیم یکی از مشکلات ما در تحقیقات بین رشته‌ای میان ادبیات و ارتباطات، کمبود بنیادهـای نظـری بومی است. پدیدارشناسی به ما امکانی عالمانه و گسترده برای رسیدن به نظریه می‌دهد و می‌تواند این خلأ را پر کند.

در واقعیت بیرونی، فضای مجازی و فناوری‌های نوین رسانه‌ای و ارتباطی به وجـود آمده‌انـد، شـاعران از دورهٔ رواج وبلاگ‌ها از این ظرفیت استفاده کرده‌اند و به تجربه‌هایی از خوبی و بدی وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتمـاعی و

1. Harold Lasswell
2. Edmund Husserl
3. Life world

رسانه‌های اجتماعی رسیده‌اند و برای درک این تجربه‌های چندساله و نتایج آن در نزد شاعران، خود شاعران بهترین مرجع برای بازگویی تجربه‌ها و فهم خود از این تأثیرگذاری هستند و پژوهشگر باید با استفاده از این تجربه‌های برآمده از زیست در فضای مجازی، به نظریه‌ای مبتنی بر واقعیت‌هایی برسد که از آن سخن گفتیم.

ما برای رسیدن به پاسخ این سؤالات، از روش استقرایی[1] استفاده کردیم. برای این کار سه دلیل وجود دارد.

۱- شعر در سپهر فرهنگی و اجتماعی ایران جایگاه ویژه‌ای دارد که قابل قیاس با هیچ کشور دیگری نیست. چنانکه گفتیم شعر از عناصر بنیادین هویت ملی ایران است و انطباق دادن نظریات غیربومی و اقتباسی با شعر فارسی شاید چندان پاسخگو نباشد و باید برای پژوهش دربارهٔ این بخش از فرهنگ ایران به دنبال مدلی بومی بود که واقعیت‌های فرهنگی جامعهٔ ایرانی را دیده باشد. به همین دلیل روش قیاسی براساس نظریات اقتباس شده از غرب را کافی نمی‌دیدیم.

۲- به دلیل غفلت از پژوهش‌های بین رشته‌ای که حوزه‌هایی چون ارتباطات و ادبیات را به هم پیوند بزند، ادبیات پژوهشی ما در این حوزه بسیار کم‌بهره است. آنچه دربارهٔ وضعیت فعلی شعر و تأثیرات رسانه‌های جدید ارتباطی بر آن می‌دانیم، در حد اظهارنظرهای گاه وبیگاه شاعران در گفت‌وگوها و نشست‌های مختلف است و جای پژوهشی علمی و میان رشته‌ای در این حوزه را خالی می‌دیدیم.

۳- تحقیقات در حوزهٔ تأثیر رسانه بسیار تحت تأثیر روش‌های کمی و کاربرمحور است و به نظر می‌رسید یک پژوهش کیفی برمبنای کسب اطلاعات از تجربهٔ زیستهٔ شاعران از تأثیرگذاری فضای مجازی، می‌تواند اطلاعات تازه‌ای به ما بدهد و ادبیات پژوهشی در این حوزه را یک گام به جلو ببرد.

**۵. روش تحقیق**

رویکرد ما در این پژوهش براساس تحلیل پدیدارشناسی تفسیری است که این روش، برای فهم نحوهٔ درک یک تجربه توسط افراد برزیست‌جهان تمرکز می‌کند. همچنین از آنجایی که ضعف نظری در حوزهٔ مورد بحث احساس می‌شد، به جای استفاده از روش قیاسی، از روش استقرایی و رویکرد داده‌بنیاد[2] برای رسیدن به یک مدل نظری بهره بردیم. اساس کار ما در این رویکرد استفاده از مدل پیشنهادی استراوس و کوربین بوده است که در ادامه دربارهٔ آن توضیح خواهیم داد.

در این پژوهش از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد چرا که برای تحقیقات کیفی باید به سراغ نمونه‌هایی رفت که بیشترین امکان را در فهم پدیده‌های مورد نظر به پژوهشگر ارائه می‌دهند. برای این منظور با استفاده از روش مطالعهٔ زندگینامه‌ای، شاعرانی که دارای مقبولیت و شهرت نسبی در میان مخاطبان بودند و همزمان در فضای مجازی نیز

1. Inductive
2. Grounded Theory

فعالیت داشتند؛ صفحات آنان در شبکه‌های اجتماعی دنبال کننده‌های قابل توجهی داشت و نیز اشعارشان در پیام رسان‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشته می‌شد، شناسایی شدند. سپس برای شاعرانی که با این معیارها شناسایی شدند، پرسسش‌نامه‌های باز ارسال شد. ما در این پرسش نامه‌ها علاوه بر برخی اطلاعات دربارهٔ جنسیت، سن، زمان اشتغال به هنر شاعری، انتشار کتاب و عضویت در شبکه‌های اجتماعی؛ دربارهٔ تأثیر فضای مجازی در حوزه‌های مختلف متنی، مخاطبان، تعامل شاعران با مخاطبان و با یکدیگر، رسانه‌های انتشار شعر و تأثیرات و بازخوردهای شعر پرسش‌هایی از شاعران پرسیدیم. ارسال پرسش‌نامه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت یعنی تا مرحله‌ای که پژوهشگر به این نتیجه برسد که دیگر امکان استخراج از داده‌های جدید وجود ندارد. بر این اساس هشتاد و سه شاعر به پرسش‌نامه‌ها پاسخ دادند که اسامی آنها به ترتیب الفبایی به شرح زیر است (البته کدگذاری براساس ترتیب زمانی ارسال پاسخ‌ها انجام شده است):

مریم آرام، علی آبان، محمدجواد آسمان، مینا آقازاده، کورس احمدی، بیژن ارژن، مریم اسحاقی، ابراهیم اسماعیلی اراضی، احسان افشاری، عزت‌الله الوندی، کبری بابایی، محبوبه بزم آرا، غلامرضا بکتاش، محسن بوالحسنی، سیامک بهرام پرور، سید محمد بهشتی، امید بیگدلی، مزدک پنجه‌ای، سعید توکلی، ساجده جبارپور، مریم جعفری آذرمانی، ستاره جوادزاده، مهسا چراغعلی، عباس چشامی، زینب چوقادی، کاظم حسینی، هادی خورشاهیان، کیانوش خانمحمدی، علی داوودی، منیژه درتومیان، نسرینا رضایی، مجتبی رمضانی، فاطمه سالاروند، علیرضا سپاهی لایین، عباسعلی سپاهی یونسی، عبدالرحیم سعیدی‌راد، پیمان سلیمانی، غلامرضا سلیمانی، پوریا سوری، سید تقی سیدی، محمدرضا شالبافان، رؤیا شاه حسین‌زاده، طیبه شامانی، افشین شاهرودی، سید ضیاءالدین شفیعی، مظاهر شهامت، محمد شیخی، فریاد شیری، پانته‌آ صفایی بروجنی، جلیل صفربیگی، پیمان طالبی، سعید طلایی، غلامرضا طریقی، محمد عاشور، گروس عبدالملکیان، میلاد عرفان‌پور، حامد عسکری، اصغر عظیمی‌مهر، سینا علیمحمدی، مرضیه فرمانی، بهاره فریس‌آبادی، صابر قدیمی، سمیرا قطب، یاسر قنبرلو، بهار قهرمانی، شراره کامرانی، لیلاکردبچه، علیرضا لبش، مهرنوش قربانعلی، حسنا محمدزاده، محمدرضا محمدی نیکو، حامد محقق، مجید معارف‌وند، علی محمد مؤدب، نفیسه سادات موسوی، سعیده موسوی‌زاده، اکبر میرجعفری، بابک نبی، یاسین نمکچیان، سپیده نیک‌رو، محسن وطنی، قربان ولیئی و حامد یعقوبی.

پژوهشگران مختلف، برای اجرای رویکرد داده‌بنیاد، ۵ نسخهٔ مختلف را عرضه کرده‌اند که شامل کلاسیک (گلاسر)، سیستماتیک (اشتراوس و کوربین)، ساخت‌گرا (چارمز)، تحلیل موقعیت (کلارك) و تحلیل ابعاد (شاتزمن) است (فراستخواه، ۱۳۹۵: ۹۶). در این میان پیشنهاد استراوس و کوربین که به رویکرد سیستماتیک یا نظام‌مند داده بنیاد شهرت یافته و این دو پژوهشگر آن را به تفصیل در کتاب «مبانی پژوهش کیفی و مراحل تدوین

نظریهٔ زمینه‌ای» شرح داده‌اند؛ دارای انسجام زیادی است و پژوهشگران را برای رسیدن به یک نظریهٔ جدید به خوبی راهنمایی می‌کند و ما نیز در این روش از همین رویکرد استفاده کرده‌ایم.

در رویکرد استراوس و کوربین، مهم‌ترین و نخستین کار پس از استخراج داده‌های خام و مقوله سازی، کدگذاری محوری است. کد گذاری محوری، فرآیند ربط دهي مقوله‌ها با زیرمقوله‌هایشان و پیوند دادن مقوله‌ها درسطح ویژگي‌ها و ابعاد است.

بر اساس الگوی نظام‌مندِ استراوس و کوربین، کدگذار محوری شامل شش جعبه یا محور به ترتیب زیر است:

۱-شرایط علّي: مقوله‌هایي مربوط به شرایطي که برمقولهٔ محوری تأثیر مي‌گذارند.

۲-مقولهٔ مرکزی (محوری): مقوله‌های اصلي که مي‌توان دیگر مقوله‌ها را به آن ربط داد و به کرّات در داده‌ها ظاهر می‌شود.

۳ .راهبردها : کنش‌ها و برهم کنش‌های خاصي که از مقولهٔ محوری نتیجه گرفته می‌شود.

۴. مقوله‌های زمینه‌ای: شرایط خاصي که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند.

۵. شرایط مداخله‌گر یا میانجی: شرایط زمینه‌ای عمومي که بر راهبردها تأثیر مي‌گذارند.

۴ .پیامدها: خروجي‌های حاصل از به کارگیری راهبردها.

اما مهم‌ترین و اساسی‌ترین بخش کار، تشخیص مقولهٔ محوری در مدل نظری است. استراوس و کوربین برای تعریف این مقولهٔ محوری که ستون فقرات نظریهٔ درحال شکل‌گیری است، پژوهشگران دیگر را چنین راهنمایی کرده‌اند: مقولهٔ محوری باید به گونه‌ای انتخاب شود که ۱- سایر مقوله‌ها را بتوان به آن ربط داد ۲- پیوسته در مقوله‌ها نمودار شود ۳- توضیحی که برای مرتبط کردن آن با مقوله‌ها می‌آید، منطقی و یکدست باشد ۴- نام یا عبارتی که برای آن انتخاب می‌شود به قدر کافی انتزاعی باشد ۵- با پالایش تجلیلی از طریق یکپارچه‌سازی با دیگر مفاهیم، عمق و قدرت تبیین آن بیشتر شود (استراوس و کربین، ۱۳۹۷: ۱۶۷).

ما به منظور انجام این کار، همهٔ پرسش‌نامه‌ها را به کمک نرم‌افزار MAXQDA نسخهٔ ۲۰۱۸ کدگذاری کردیم و در چند نوبت بررسی و بازخوانی پاسخ‌ها، از یافته‌های اولیه پژوهش ۵۸۶ کد استخراج شد که بعد از تقلیل و ادغام کدهای مشابه در یکدیگر، درون مایه‌های اصلي و فرعي به دست آمد و مقوله‌بندی‌ها انجام شد.

### ۶. یافته‌ها

در این پژوهش، ۴۹ شاعر مرد (۶۰ درصد پرسش شوندگان) و ۴۰ شاعر زن (۴۰ درصد پرسش شوندگان) مشارکت داشتند که میانگین سنی آنان ۴۱ سال بود و به صورت میانگین ۲۰ سال سابقهٔ فعالیت در عرصهٔ شعر داشتند. همچنین از میان پرسش شوندگان ۹۲/۷ درصد مجموعه شعر مکتوب منتشر کرده بودند و ۷/۳ درصد مجموعه شعر مکتوب منتشر نکرده بودند.

**جدول ۱. تفکیک شاعران از نظر تحصیلات**

| مدرک تحصیلی | زیر دیپلم | دیپلم | فوق دیپلم | لیسانس | فوق لیسانس | دکتری | مجموع |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **درصد** | ۱/۲ | ۳/۶ | ۱/۲ | ۳۸ | ۴۱/۴ | ۱۴/۶ | ۱۰۰ |

**جدول ۲. تفکیک شاعران از نظر عضویت در شبکه‌های اجتماعی و پیام رسان‌ها**

| عضویت درشبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها | اینستاگرام | فیس بوک | توئیتر | لینکدین | گودریدرز | تلگرام | واتس آپ | بله |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| درصد | ۹۳/۹ | ۶۳/۴ | ۳۶/۶ | ۱۶ | ۱/۲ | ۹۳/۹ | ۷۵/۶ | ۱/۲ |

توضیح: هر پرسش شونده می‌توانسته در چند شبکه اجتماعی و پیام رسان عضو باشد.

۸۹ درصد از پرسش‌شوندگان اظهار کردند که پیش از این وبلاگ شخصی داشتند که از این میان ۷۸ درصد، دیگر وبلاگ‌هایشان را به روزرسانی نمی‌کنند اما ۲۲ درصد همچنان وبلاگ‌هایشان را به روز می‌کنند.

۴۹ درصد شاعران در پیام‌رسان تلگرام، کانال شخصی ایجاد کرده، اشعارشان را منتشر می‌کنند ولی ۵۱ درصد چنین کاری را انجام نمی‌دهند.

ما در این پژوهش متوجه شدیم که شاعران در برابر فضای مجازی در نوعی سرگردانی فرو رفته‌اند. آن‌ها از یک سو نمی‌خواهند اقتدار خود را از دست دهند و از سویی دیگر می‌خواهند از مواهب فضای مجازی بهره‌مند شوند. شاعران معتقدند فضای مجازی قدرت رسانه‌ها و ناشران در گزینش و انتشار شعر و نیز توانایی اعمال سانسور را کم کرده است. پاسخگو با کد ۸ گفته است: «فضای مجازی باعث تسهیل نشر آثار و شکسته شدن انحصار امپراطوری رسانه‌های رسمی و یا حتی به حاشیه رفتن برخی حب و بغض‌های معمول و رایج در نزد برخی مسئولان رسانه‌های رسمی شده است. به خاطر دارم در سال‌های گذشته، اشتغال در رسانه‌های رسمی نوعی «مسند نشینی» در عالم ادبیات محسوب می‌شد و شاعران برای انتشار شعر، اغلب به تعامل نزدیک با «مسندنشینان» می‌پرداختند» و کد شمارهٔ ۴۱ گفته است: «بنده که در کنار زبان ملی (فارسی) به زبان مادری‌ام (کردی) نیز می‌نویسم و از آنجا که امکان چاپ و توزیع آثار شعری کردی در حال حاضر بنا به دلایلی اندک است، فضای مجازی عطیه‌ای بزرگ بوده برای من و گویندگان و سرایندگانی چون من که در مضیفه بوده‌اند» اما در کنار این، شاعران از اینکه به دلیل فضای بدون اعمال قدرت، افراد زیادی توانسته‌اند وارد فضای انتشار شعر شوند، به شدت ناراضی‌اند و معتقدند شاعرانی که آثارشان کیفیت زیادی ندارد امروز در فضای مجازی یکه‌تاز شده‌اند.

توصیفات شاعران از این گروه از شاعران چنین است: شاعران کم‌مایه و بی‌سواد، سلبریتیهای شاعرنما، شبه شاعران، هنرمندان مافیایی، ناشاعران، نثرنویسان حرفه‌ای و قلم‌های‌توخالی (پاسخ‌های کدهای۵،۴۲،۱۶،۳۰،۲۲،۳۵،۴۷).

معیاری که برای شناختن این گونه شاعران در پاسخ‌ها می‌توان به دست آورد این است که این گونه شاعران، «نوجوان، بزرگسال، زن خانه‌دار و ... هستند که به دلیل گستردگی، سهل‌الوصول بودن و نبود نقد اصولی در فضای مجازی بدون اینکه تجربه‌ای در عرصهٔ شعر داشته باشند، جرأت و جسارت نوشتن پیدا کرده‌اند و احساسات درونی‌شان را چه به نام خود و چه به نام مستعار منتشر می‌کنند.» (پاسخگو با کد شمارهٔ ۳۸).

شاعران همچنین از انتشار شعرهای بی‌کیفیت به شدت ناراحتند و این گونه شعرها را چنین توصیف می‌کنند: شعر ساده‌انگارانه، سطحی، شعرهای آبکی، شعرهای زرد، بی‌محتوا، دم دستی، جعلی، بازاری، شبه شعر، سانتی‌مانتال، عامه‌پسند، دلنوشته، یادداشت ادبی، پر از بلاهت ادبی، فانتزی و سرشار از رگه‌های رمانتیسم. (پاسخ‌های کدهای ۳۲،۵۹،۸،۴،۴۴،۴۵،۶۳،۶۵،۶۰،۳۴،۱۵،۵۳،۸،۷۰،۱۶،۱).

چنان که مشاهده می‌شود، شاعران هم از فضای مجازی بسیار راضی و خشنودند و هم به به آن شدت واکنش منفی نشان داده‌اند و ادبیاتشان تند و خشن شده است. این رویکرد در اغلب پاسخ‌ها دیده می‌شد و ما را به این نتیجه رساند که مقولهٔ محوری نظریه را باید از همین ویژگی انتخاب کرد. ما نام این مقولهٔ محوری را با استفاده از مفهوم «اضطراب دیجیتال» که قبلاً آن را دیوید ترند (۲۰۱۱ به نقل از عاملی ، ۱۳۹۵: ۲۵۳) مطرح کرده بود، «اضطراب فناورانهٔ شاعران» انتخاب کردیم. با توجه به تعریف‌ترند، فرهنگ دیجیتالی یا جهان مجازی باعث ایجاد عوالم متضاد و گوناگونی برای انسان معاصر شده است و او را در حیرانی انتخاب و شک فکری در حوزه‌های مختلف فرو برده است. این مسأله باعث ایجاد فشار، برهم زدن آرامش پیشین و نیاز به رویارویی با احتمالات تازه شده است. در این پاسخ‌ها نیز همین مسأله دیده می‌شود، شاعران از یک سو معتقدند فضای مجازی فرصت‌هایی برای شعر ایجاد کرده است و از سویی دیگر باعث ایجاد تهدیدهایی برای شعر نیز شده است پس سردرگمی و به هم خوردن آرامش دوران رسانه‌های مکتوب در پاسخ‌هایشان مشهود است.

اگر این تعریف از قشربندی اجتماعی را لحاظ کنیم که: «قشربندی اجتماعی تفکیک و رده‌بندی اجتماعی است که در آن نقش‌ها و موقعیت‌ها با حفظ سلسله مراتب دارای اهمیت است» و به این تقسیم‌بندی سوروکین (به نقل از روح الامینی، ۱۳۹۴: ۱۱۳) توجه کنیم که قشربندی اجتماعی را به چهار دستهٔ اقتصادی، سیاسی، حرفه‌ای و مذهبی تقسیم بندی می‌کند؛ می‌توان شاعران را در قشربندی حرفه‌ای خاصی قرارداد که تفکیک خود با دیگر قشرهای اجتماعی را (بخصوص در ایران که همیشه شعر هنری محوری و مهم بوده است)، همواره دارای اهمیتی حیاتی دیده‌اند. شاعر در دوران استیلای رسانه‌های چاپی برای رسیدن به سطح اول شعر مجبور بود سال‌ها تمرین

کند، در جلسات حاضر شود، اشعارش را برای نشریات و ناشران بفرستند تا پس از مدتی انتظار و ویرایش و اصلاح، بالاخره آثارش منتشر شود و اندک اندک شناخته شود و در مجامع و کنگره‌های شعر شهرتی کسب کند اما امروز هرکسی که بتواند هر متنی را به نام شعر بنویسد، قادر است آن را منتشر کند و اگر این انتشار، با برخی جلب توجه‌های انضمامی همراه شود، احتمالاً خواهد توانست نگاه‌ها را به سمت خود بچرخاند. بازشدن درهای شعر به روی چنین شاعرانی، قشربندی اجتماعی شاعران را به خطر انداخته است.

وضعیت تولید و مصرف آثار ادبی تاکنون این گونه بوده است که گروه فرهیختگان، بار تولید ادبیات را به دوش می‌کشیده‌اند و شبکه‌های مردمی ادبیات، نیازهای ادبی خود را از طریق تولیدات فرهیختگان (شامل نویسندگان، شاعران، منتقدان ادبی، ناشران و ...) ارضا می‌کرده‌اند اما ایجادکنندگان این شبکه‌های مردمی، امکانی برای شناساندن نیازها و نشان دادن واکنش‌های خود به فرهیختگان نداشته‌اند (اسکارپیت، ۱۳۹۲: ۸۲ و۸۳) اما فناوری، این معادلهٔ یک سویه را به هم زده است و همین مسأله باعث شده است مخاطبان ادبیات پس از دوران گسترش فضای مجازی با پیش از آن، متفاوت باشند.

بورده ویک و ون‌کام [1] مدلی برای تقسیم‌بندی مخاطبان عرضه داشته‌اند که در آن، از سه نوع مخاطب صحبت می‌شود که دو نوع آن در بحث ما مورد توجه است. نخست، مخاطب خطابی است که مخاطب متعارف در ارتباطات یکسویه (مانند مخاطب کتاب) است. این مخاطب، همیشه در گزینش محتوا و تواتر نشر به منبع (رسانه) وابسته است ولی مخاطب دیگری نیز به نام مخاطب مراوده‌ای داریم که در اثر ارتباطات تعاملی ایجاد شده است، این مخاطب برخلاف مخاطب خطابی، می‌تواند همزمان نقش فرستنده و گیرندهٔ پیام را بازی کند و مفهوم مرسوم مخاطب رسانه‌ای را به هم زده است (مک کوایل، ۱۳۸۰: ۵۸ و۵۹).

درنتیجه شاعران با دو وضعیت جدید در اثر فضای مجازی روبه‌رو شده‌اند؛ هم قشربندی حرفه‌ای آنان به دلیل ورود افرادی تازه باکه با اصول و قواعد شعر آشنا نیستند، با تهدید روبه‌رو شده است و هم عنان اختیار مخاطب را از دست داده‌اند و دیگر رفتار مخاطب در کنترل آنها نیست. در تعریف روان شناسانهٔ «اضطراب» آمده است: اضطراب نیرویی است که وقتی بر سیستمی وارد می‌شود و باعث تغییر شکل و برهم زدن تعادل آن می‌شود و این تغییر معمولاً با نوعی برهم زدن ساختار و اذیت کردن همراه است. (ربر، ۱۹۹۵: ۷۶۱) فضای مجازی همان نیرویی است که بر سیستم ایستای شعر وارد شده است، باعث به هم خوردن تعادلی شده است که در رابطهٔ میان مخاطب و شاعر وجود داشته است و به همین دلیل باعث ایجاد اضطراب و سردرگمی در نزد شاعران شده است.

سرقت ادبی و کپی‌کاری نیز یکی از آسیب‌هایی است که شاعران معتقدند، گسترش فضای مجازی به آن دامن زده شده است. «انتشار اشعار شاعران به اسم افراد دیگر به دلیل عدم رعایت کپی رایت در ایران» و «انتشار آثار

---

1. Bordewijk.J.l. & Van kam.B.

ضعیف به اسم بزرگان شعر» (کد ۴۲ و کد ۳۶) نمونه‌هایی از این آسیب‌هاست. به هرروی جدول زیر نشان دهندۀ این است که مقولۀ محوری شامل چه زیرمقوله‌هایی است:

**مقولۀ مرکزی**

**جدول ۳. مقولۀ مرکزی و زیر مقوله‌های تشکیل دهنده**

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندۀ زیر مقوله | فراوانی |
|---|---|---|---|
| مقولۀ مرکزی اضطراب فناورانۀ شاعران | تهدیدهای فضای مجازی برای شعر | کاهش سطح کیفی شعر | ۴۱ |
| | | افزایش شهرت شاعران غیرحرفه‌ای | ۴۱ |
| | | سهل الوصول شدن شاعری | ۳۰ |
| | | کپی کاری و سرقت ادبی | ۲۴ |
| | | انتشار شعرهای جعلی | ۸ |
| | | ایجاد روابط مافیایی جدید | ۶ |
| | | افزایش شمار مخاطبان شعرضعیف | ۶ |
| | فرصت‌های فضای مجازی برای شعر | شناخته شدن شاعران | ۳۰ |
| | | کم شدن تأثیر سانسور | ۲۴ |
| | | امکان عرضۀ سبک‌های مختلف شعری | ۱۱ |

**شرایط علّی**

در پاسخ‌های شاعران، برخی شرایط به عنوان مؤلفه‌های سبب ساز ایجاد اضطراب فناورانه وجود داشت کـه در آن شاعران، برخی ویژگی‌های ساختاری فضای مجازی و نیز وضعیت‌های ناشی از غلبه یافتن رسانه‌های شخصی شده را دلیل ایجاد وضعیتی می‌دانستند که به ایجاد سردرگمی در شاعران منجر شده است.

به گفتۀ برخی پاسخگویان فضای مجازی در مطرح شدن نامشان در سطح جامعه تأثیر زیادی داشته است. کد شماره۷ می‌گوید: «فضای مجازی به شنیده شدن نام من کمک کرد. اگر فضای مجازی نبود، مخاطبان با شعر و نام من اصلاً آشنا نمی‌شدند.» یا کد ۱۷ که می‌گوید: «در شرایطی که کتاب شعر به طور معمول صدجلد هم به فروش

نمی‌رسد، برخی شعرهای مرا ده‌ها هزار نفر خوانده‌اند.» اما از طرف دیگر در فضای مجازی شعرهای کم کیفیت هم بسیار منتشر می‌شود و همین باعث نگرانی شاعران است، چنانکه کد ۳۱ می‌گوید: «شعرهای خوب کمتر دیده می‌شود و ذائقهٔ مخاطب به شعرهای شاعران پرمخاطب‌تر با دنبال کننده‌های بیشتر کشیده می‌شود».

شاعران معتقدند، فضای مجازی به حاکمیت و تعیین تکلیف شعر از طرف رسانه‌های رسمی و حکومتی پایان داده است. مثلاً کد شمارهٔ ۴۴ گفته است: «فضای مجازی برای هنرمندانی که دارای تریبون حکومتی نیستند و یا در گروه‌های مافیایی هنری عضویت ندارند، تا حدی می‌تواند محملی برای ارتباط با مخاطبان و سایر هنرمندان آزاداندیش باشد» اما این مسأله سویهٔ دیگری نیز دارد، مثلاً کد شمارهٔ ۲۱ گفته است: «چون هیچ فیلتر و قضاوتی از پیش وجود ندارد؛ هر دل‌نوشته و حدیث‌نفسی را به عنوان شعر منتشر می‌کنند در حالی که در سابق سردبیران و دبیران بخش شعر، اگر شعری حداقل‌های زیبایی‌شناسی را نداشت، منتشر نمی‌کردند و اکنون به‌واسطه عدم چنین نظارتی متأسفانه شاهد انتشار آثار به شدت نازل در فضای ادبی هستیم». حتی به اعتقاد برخی پاسخگویان فضای مجازی خود باعث ایجاد فضایی برای «بده بستان‌های شبه فرهنگی» شده است و در این فضا کاربران بیشتر «معامله می‌کنند» یعنی «لایک می‌کنند تا لایکشان کنی و کاری به کیفیت شعر ندارند.»(کد۷۱)

تعاملی بودن فضای مجازی نیز باعث شده است شاعران دربارهٔ این موضوع دچار تشتت آرا باشند. کد ۷۸ معتقد است: «در این فضا می‌توان نظر اولیهٔ مخاطب را به خوبی دریافت کرد و فهمید که آیا شعر مقبولیت اولیه را دارد یا خیر» یا کد ۴۰ که از این ویژگی تعاملی بهرهٔ زیادی برده است: «من برای خردسالان شعر می‌گویم و گاهی از طریق کانال‌ها و گروه‌های تلگرامی با مادرانی آشنا شده‌ام که به دنبال شعر خردسالان برای کودکانشان بوده‌اند.»

ولی گروهی از شاعران معتقدند نظر مخاطبان ارزش فنی ندارد چرا که مخاطب مجبور است خلاصه‌گویی کند یا دچار احساسات و تعارفات معمول می‌شود و این گونه نظرات، به کار شاعران نمی‌آید. «مخاطبان عمدتاً به لایک یا تعریفی کوتاه از اشعار بسنده می‌کنند و یا گاهی سطری در تمجید و تکریم شعر می‌نویسند و بنابراین فضای نقد در شبکه‌های مجازی را مثبت و واقعی نمی‌دانم چرا که اصولاً رفتار مخاطبین در این فضاها، کاملاً منطبق بر ویژگی فضای مجازی و مبتنی بر حضور کوتاه مدت و مصرف آنی محصول فرهنگی یا همان شعر است، نه برخوردی منتقدانه و حرفه‌ای»(کد شمارهٔ۴۵)

**جدول شمارهٔ ٤. شرایط علّی و زیر مقوله‌های تشکیل دهنده**

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندهٔ زیر مقوله | فراوانی |
|---|---|---|---|
| شرایط علّی | کم شدن اثر رسانه‌های رسمی | پایان سلطهٔ مافیای رسانه‌ای بر شعر | ۱۳ |
| | | نبودن ویراستاری حرفه‌ای | ۷ |
| | | کاهش اقتدار ناشران | ۵ |

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندهٔ زیر مقوله | فراوانی |
|---|---|---|---|
| | | کاهش تأثیر تبلیغات حکومتی | ۴ |
| | تعاملی شدن رسانه‌ها | سفارش‌پذیری شاعر از مخاطب | ۲۷ |
| | | کاهش فاصلهٔ شاعر و مخاطب | ۱۹ |
| | | تن دادن شاعر به پسند مخاطب | ۱۰ |
| | | آزمون اولیهٔ شعر پیش از انتشار | ۶ |
| | تغییر شیوه‌های مصرف رسانه‌ای | تبدیل شدن مطالعهٔ شعر به امر تفننی | ۱۶ |
| | | تنزل سلیقهٔ شعری مخاطب | ۴ |
| | الزامات ساختاری فضای مجازی | واکنش احساسی مخاطب | ۱۷ |
| | | تعارف زدگی در فضای مجازی | ۱۰ |
| | | الزام به خلاصه گویی | ۶ |

**مقوله‌های زمینه‌ای**

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های شاعران در اثر غالب شدن فضای مجازی این است که گسترده شدن دامنهٔ مخاطبان شاعر باعث شده است معیارها درخصوص رد و قبول شعر، معیارهای فنی و براساس قواعد و اصول شناخته شدهٔ نقد ادبی نباشد و مؤلفه‌های دیگری چون رفتارهای نمایشی شاعران باعث جلب توجه مخاطبان به آنان و بالارفتن تعداد پسند و دنبال کننده‌هایشان شود؛ به عبارت دیگر شاعر برای جلب توجه مخاطبان، لازم نیست شعر خوب بگوید بلکه باید توجه مخاطب را به هرشکل به سمت خود جلب کند. پاسخگوی کد ۳۹ نوشته است: «تریبون‌سازی و فضای نوچه‌پروری و استفاده از ابزارهای نمایشی و شومن‌گرایی و دکلمه و به دست آوردن فالورهای کاذب و در نهایت داشتن آثاری شبیه به یکدیگر که نمی‌توان آنها را از یکدیگر تفکیک داد؛ ویژگی بیشتر شاعران پرطرفدار و سلبریتی‌های شعر است.» این امر باعث شده است که اولاً شکل‌های خاصی از شعر در این فضا مورد توجه باشد: «با بازنشر مکرر مطالب عامه‌پسند (احساسات سانتی‌مانتال آبکی وامواج مسائل سیاسی و اجتماعی) سلیقهٔ مخاطب دچار رکود شده است» (کد۳۴) و ثانیاً شاعران و منتقدان حرفه‌ای وقتی عرصه را در دست دیگران می‌بینند، عطای حضور در فضای مجازی را به لقای آن ببخشند و مخاطب اصلی خود را در میان مخاطبان رسانه‌های چاپی جست‌وجو کنند: «اغلب صاحبنظران و کاردانان از دنیای مجازی فاصله گرفته‌اند و در مقابل تعداد کثیری که تابع احساسات زودگذرند در این فضا فعالند»(کد ۸۰).

در میان پاسخ‌های شاعران نکتهٔ دیگری نیز وجود دارد و آن اعتقاد و اعتماد تغییرناپذیرشان به نشر شعر از طریق کتاب است. پاسخگوی کد ۶۴ می‌گوید: «مجموعهٔ شعر یا کتاب، اگر درست فراهم آید حاوی روایت و داستانی است که انتشار پراکندهٔ آثار در یک صفحه یا سایت نمی‌تواند آن هویت را برای صاحب اثر و خود اثر به وجود

بیاورد.» به همین دلیل به اعتقاد این گروه از شاعران، فضای مجازی فقط ویترینی برای معرفی است و هویت شاعر در نشر مکتوب آثارش شکل می‌گیرد: «شعر برای مخاطبی نوشته می‌شود که مشتری کتاب است. جماعت شـاعر شعرشان را در ویترین شبکه‌های اجتماعی می‌گذارند اما از صدها نفری که این ویتـرین را می‌بیننـد یکـی مشـتری جدی است.»(کد ۶۰)

به اعتقاد پاسخگویان، فضای مجازی بر سبک شعر نیز تأثیر خواهد گذاشت و در آینده «زبان شعر را به سمت ادبیات استاتوسی، کپشنی و کوتاه خواهد برد و زبان شعر ساده نهایتاً سهل و ممتنع خواهد شد.»(کد۴۹)

**جدول ۵. مقوله‌های زمینه‌ای و زیر مقوله‌های تشکیل دهنده**

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندهٔ زیر مقوله | فراوانی |
|---|---|---|---|
| مقوله‌های زمینه‌ای | غیاب شاعران و منتقدان حرفه‌ای | اعتقاد شاعران به رسانه‌های چاپی | ۲۸ |
| | | نبودن فضای نقد علمی | ۱۶ |
| | | برتردانستن مخاطب رسانه‌های چاپی | ۱۶ |
| | | بی‌اعتنایی شاعران به مخاطب | ۱۱ |
| | | ترس از عواقب اشتراک‌گذاری پیام | ۷ |
| | | بی اعتنایی مخاطبان به نقد علمی | ۷ |
| | | بی توجهی به حقوق معنوی شاعران | ۷ |
| | | تبدیل شدن نقد به عرصهٔ مجادله | ۶ |
| | تغییر معیارهای قضاوت دربارهٔ شعر | اهمیت یافتن تعداد پسند | ۱۳ |
| | | اهمیت یافتن تعداد دنبال‌کننده | ۹ |
| | | اهمیت یافتن رفتارهای نمایشی و جنجالی | ۷ |
| | | اهمیت یافتن جنسیت | ۲ |
| | تغییرات سبکی و مضمونی شعر | تضعیف عنصر زبان در شعر | ۱۵ |
| | | افزایش گرایش به شعر عاشقانه | ۱۲ |
| | | افزایش گرایش به شعر کوتاه | ۹ |
| | | تقویت جریان ساده نویسی | ۹ |
| | | تضعیف عنصر اندیشه در شعر | ۹ |
| | | افزایش گرایش به غزل سبک هندی | ۲ |
| | | افزایش گرایش به تک بیت سرایی | ۲ |

### شرایط میانجی

یکی از موضوعاتی که در میان شاعرانی که به پرسش ما پاسخ داده‌اند، مورد توجه قرار گرفته این است که مخاطبان شعر امروز شعر، از نظر سن، جنسیت، طبقهٔ اجتماعی و گروه‌های اجتماعی متفاوت شده‌اند. بیشتر پاسخ‌ها، نشان دهندهٔ این است که بیشترین مخاطبان شاعران از گروه سنی ۱۸ تا ۴۰ سال هستند. آن‌ها همچنین به گرایش بیشتر مخاطبان خانم، دانشجویان، طبقهٔ متوسط، مخاطبان با گرایش مذهبی و نیز هنرمندانی در دیگر حوزه‌های هنری به پیگیری و مطالعهٔ شعر شاعران اشاره کرده‌اند.

**جدول ٦. مقولهٔ شرایط میانجی و زیرمقوله‌های تشکیل دهنده**

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندهٔ زیر مقوله | فراوانی |
|---|---|---|---|
| شرایط میانجی | تغییر گونه‌شناسی مخاطبان شعر | استقبال جوانان از شعر | ۴۸ |
| | | افزایش مخاطبان زن | ۸ |
| | | گرایش دانشجویان به شعر | ۶ |
| | | گرایش طبقهٔ متوسط به شعر | ۲ |
| | | گرایش مخاطبان مذهبی به شعر | ۲ |
| | | گرایش فعالان سیاسی و اجتماعی به شعر | ۲ |
| | | گرایش هنرمندان رشته‌های دیگر هنری به شعر | ۲ |

#### راهبردها

شاعران معتقدند برای اصلاح وضعیت باید بر فرصت‌های فضای مجازی، تأکید کرد و جنبه‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی آن را تقویت کرد چرا که به سبب فضای مجازی راه‌های تازه‌ای برای ارتباط شاعران و مخاطبان باز شده است. به نمونه‌هایی از پاسخ‌ها اشاره می‌کنیم: «شبکه‌های مجازی مرزهای دور و نزدیک جغرافیایی را در هم شکسته و امکان تعامل شاعران پارسی سرا را در سراسر جهان فراهم کرده‌اند.»(کد۸)، «این فضا مرا با دوستان شاعری در گوشه گوشهٔ دنیا ارتباط داده و از این جهت تصور جهان بدون این امکان، کاملاً غریب است.»(کد۱۶)، «با توجه به دوری من از انجمن‌ها و محافل ادبی، فضای مجازی فرصت بسیاری خوبی برای دنبال کردن آثار شاعران را برایم بوجود آورده است.» (کد۳۲) اما شاعران معتقدند برای کاهش آسیب‌ها باید ارتباطی واقعی میان جهان واقعی و جهان مجازی برقرار کرد و شاعران و منتقدان حرفه‌ای نیز باید با حضور در این دو فضا مخاطبان را آموزش بدهند و سلیقهٔ ادبی‌شان را ارتقا ببخشند. یکی از پاسخ دهندگان در این زمینه گفته است: «برای کاهش

آسیب‌های فضای مجازی، کار مهم آموزش ونحوهٔ صحیح استفاده از تکنولوژی است که این برعهـدهٔ کارشناسـان ومتولیان خبره است.» (کد۴۲).

فناوری‌های نوین ارتباطی بخصوص شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، توانمندی زیادی در اطلاع رسانی دارند و همین امر از نظر شاعران، به شعر کمک کرده است. کد شمارهٔ۶۷ می‌گوید: «تعداد زیادی از دوستانی که امروز در فضای شعر حضور دارند، توسط همین فضای مجازی جـذب انجمن‌هـای ادبـی شـده‌اند. مـثلاً همـین بنرهـای اطلاع‌رسانی جلسات شعر که در فضای مجازی، در کانال‌های تلگرام و صفحات اینستاگرام شاعران منتشر می‌شود باعث شده است که هربار دوستان جدیدی به انجمن‌ها اضافه شوند».

**جدول ۷. راهبردها و زیرمقوله‌های تشکیل دهنده**

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندهٔ زیر مقوله | فراوانی |
| --- | --- | --- | --- |
| راهبردها | تقویت جنبهٔ اطلاع رسانی فضای مجازی | اطلاع رسانی دربارهٔ کتاب‌های شعر | ۹ |
| | | اطلاع رسانی دربارهٔ جلسات شعر | ۲ |
| | آموزش مخاطبان | ضرورت مطالعهٔ کتاب توسط مخاطبان | ۱۳ |
| | | ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای و ادبی | ۱۱ |
| | تلفیق فضاهای واقعی و مجازی | ضرورت تقویت جلسات شعر | ۱۰ |
| | | ضرورت ارتباط رودرروی شاعران و مخاطبان | ۶ |
| | تقویت جنبهٔ ارتباطی فضای مجازی | ارتباط میان شاعران در فضای مجازی | ۱۴ |
| | | ارتباط میان شاعران و مخاطبان خارج از کشور | ۷ |
| | | معرفی شاعران شهرستانی | ۶ |
| | | معرفی شاعران مستعد و گمنام | ۴ |

**پیامدها**

گروهی از پاسخ‌گویان در پاسخ‌های خود آیندهٔ پیش روی شعر فارسی را در اثر غلبه یافتن فضـای مجـازی بـر عرصهٔ ارتباطاتی جامعه را بیان کرده‌اند. این پاسخ‌ها در سه دسته تقسیم بندی شده‌اند:

۱- دیدگاهی که بر پاسخ‌ها غالب است، معتقد است رسانه‌های دیگر در فضای مجازی ادغام خواهنـد شـد و این موضوع شعر فارسی را بیش از پیش دچار ضعف خواهد کرد و به نومیدشدن مخاطبان جدیـد شـعر از شعر منجر خواهد شد: «نگرانی بزرگ آن است که شاعران جوان شیفتهٔ جاذبه‌های گذرای فضـای مجـازی شوند و بیش از آنکه بر مخاطب تأثیر بگذارند، از او و پسند او تأثیر بگیرند. در آن صورت، انبوه شـعرهای مشابه بی‌تشخص تولید می‌شوند و روزمرگی بر فضای شعر سلطه می‌یابد. چنان وضعیتی پایان جاودانگی

شعر خواهد بود»(کد۶۳) و در این صورت «ضربهٔ محکم به شاعران جوان وارد می‌شود چرا که با جـذب شدن به صفحات پرمخاطب ملاک شعر خوب برایشان همان اشعار غالباً ضعیف خواهد شد و معیارهای زیبایی‌شناسی را با آن تطبیق می‌دهند» (کد۲۸) به این ترتیب از نظر این گروه از پاسخگویان، آینـدهٔ شـعر فارسی را همین شعرهایی رقم می‌زند که آن را «ضعیف و سطحی» می‌دانند. ما نام این دیدگاه را «رهیافـت ادغام» گذاشته‌ایم.

۲- دیدگاه دیگری در میان پاسخگویان وجود دارد که معتقد است شعر فارسی نشان داده است می‌تواند با اتکا به توانایی‌های خود و تاریخ هزارساله‌اش از این بحران نیز به سلامت بیرون بیاید و راه موفق خـود را تـداوم دهد: «شعر پارسی این میراث ناملموس نیاکان هنرورمان، ازپیچ وخم‌های زیادی عبورکرده است وبی‌شک این چالش جدید را به یک فرصت تبدیل می‌کند»(کد ۵۷) یا «شعر مانند زبان است و چیـزی جـز زبـان نیست. درهر دوره‌ای اتفاقات و چالش‌هایی پیش روی زبان (مثلاً زبان فارسی) اتفاق می‌افتد اما بـه مـرور زبان/شعر آنچه را باعث رشدش می‌شود، نگه می‌دارد و بقیه را دور می‌ریزد. شعر و زبان هر دو مراقب خود هستند»(کد۱). ما این دیدگاه را «رهیافت تداوم» نام نهاده‌ایم.

۳- دیدگاه سوم دیدگاه بینابینی است که معتقداست شاعران باید از انفعال خارج شوند و خود با ایجاد کانال‌ها و صفحات ادبی و آموزش مخاطبان، میان فضای واقعی و فضای مجازی تلفیقی ایجاد کنند تا از یک سو از زبان و شعر فارسی محافظت کنند واز دیگر سو، مخاطبان تازه‌ای را که در فضای مجازی به دست آورده‌اند، از دست ندهند: «اگر به نحوی از فضای مجازی استفاده شود (با انتخاب تیمهای ادبی، مدیران برنامهٔ قوی و ...) که بتوانند معرفی شاعران قوی و شعرهای خوب را در فضای مجازی و گروه‌های تخصصی معرفـی کنند، به ذائقه‌سازی مخاطب و تقویت سلیقه کمک می‌کند و این امر تأثیر متقابل خود را بر بالارفتن سطح آثار خواهد گذاشت»(کد۵۳) و یا: «در ابتدا انواع چالش‌هـا، رقابت‌هـا، سـرقت‌ها، غوغاهـا و نقـدهای سطحی و مغرضانه گریبانگیر سروده‌ها در فضای مجازی شده بود و البته در آغاز راه، طبیعی هم بود اما به نظرم رفته رفته که سروصداها و خودنمایی‌های آغازین فـروکش کـرد و اهـل ادب و قلـم و مخـاطبین بـه شناخت بیشتری رسیدند، رو به رشد و کمال دارد»(کد۷۶). این گروه معتقدند هم شاعران و هم مخاطبان آنها از هیجان و سردرگمی موجود رهایی خواهند یافت و فضای مجازی ظرفیت‌های خوبی بـرای رشـد و تعالی شعر فراهم خواهد کرد: «تشخیص مخاطبان به طور نسبی بالارفته است و مثل اوایل ظهور این شبکه نیست که هنوز خوب و بد برای عده‌ای قابل تشـخیص نبـود. ایـن رونـد ادامـه خواهـد یافـت و راه بـرای سلیقه‌های مختلف بازتر خواهد بود و هر شخصی بنا بر سلایق خود به انتخاب‌های مناسبش دست خواهد یافت.»(کد۴۸) ما این رویکرد را «رهیافت تلفیق» نام داده‌ایم.

سه رهیافتی که ما در این نظریه به آنها رسیدیم، نزدیکی بسیاری به سه نظریهٔ جامعه شناسی در حوزهٔ فناوری دارد. رهیافت نخست (ادغام) به دیدگاه مکتب جبرگرایی فناورانه شباهت دارد که معتقد است عامل اجتماعی و انسانی مقهور قدرت پیشرفت پرشتاب و محتوم فناوری است؛ چهرهٔ برجستهٔ این نظریه مارشال مک لوهان[1] است که خلاصهٔ دیدگاهش در بیان معروف او: «رسانه، پیام است» تجلی یافته است. رهیافت دوم (تداوم) به دیدگاه مکتب جبرگرایی اجتماعی شباهت دارد که عامل اجتماعی را تغییردهندهٔ مهم در عرصهٔ اجتماعی می‌داند و نقش چندانی برای فناوری قائل نیست، دیدگاهی که مکتب‌های جامعه شناسی کارکردگرایی، مطالعات فرهنگی و رویکرد استفاده و خشنودی بر پایهٔ آن بناشده است اما رهیافت سوم یعنی تلفیق به دیدگاه مکتب ترجمه و نظریه‌پردازانی چون لاتور[2] و آکریش[3] شباهت دارد که معتقدند استفاده کنندگان از فناوری به چهار طریق در فناوری دخالت می‌کنند و آن را برای استفادهٔ مطلوب خود استفاده می‌کنند که دو طریقهٔ آن یعنی انطباق و گسترش به رهیافت ما نزدیک است. در انطباق، تغییرات در ابزار با استفادهٔ مورد نظر یا شرایط محیط استفاده منطبق می‌شود و در گسترش، عناصری به استفاده از ابزار فناوری اضافه می‌شود تا استفاده به شیوهٔ مطلوب تبدیل شود. (ضابط و چشمه سهرابی:۱۳۸۸، ۵۱ تا ۵۴).

در این رهیافت شاعران پیشنهاد داده‌اند استفاده از فناوری در عرصهٔ شعر فارسی با وضعیت خاص فرهنگی ایران منطبق شود (ویژگی‌های کیفی و زبانی آن مورد توجه قرار گیرد) و نیز استفاده از ارتباطات مجازی با ارتباطات رودررو و میان‌فردی با شاعران و منتقدان در محیط واقعی ترکیب شود که نتیجهٔ مطلوب حاصل شود.

**جدول ۸. پیامدها و زیرمقوله‌های تشکیل دهنده**

| عنوان مقوله | عنوان زیر مقوله | مفاهیم تشکیل دهندهٔ زیر مقوله | فراوانی |
|---|---|---|---|
| پیامدها | غالب شدن فضای مجازی (رهیافت ادغام) | از بین رفتن صنعت نشر | ۲۲ |
| | | سطحی شدن شعر در آینده | ۱۴ |
| | | کم شدن مخاطبان شعر | ۵ |
| | خارج شدن شعر از بحران (رهیافت تداوم) | ماندگاری شعر فارسی در طول تاریخ | ۹ |
| | | فروکش کردن هیجان فضای مجازی | ۴ |
| | تلفیق فضاهای مجازی و واقعی (تلفیق) | تأثیرگذاری گروه‌های شعری مدیریت شده | ۶ |
| | | چندرسانه‌ای شدن شعر | ۴ |
| | | آموزش مخاطبان درخصوص تفاوت شعر ضعیف و قوی | ۴ |

1. Marshal McLuhan
2. Bruno Latour
3. Madeline Akrich

در نهایت با جمع بندی مباحث و با استفاده از رویکرد نظام‌مند برای رسیدن به نظریه‌ای داده بنیاد دربارهٔ نسبت شعر و فضای مجازی با اتکا به تجربهٔ زیستهٔ شاعران به مدل زیر رسیدیم:




## ۷. جمع بندی و نتیجه‌گیری

چنانکه گفته شد، در این پژوهش به دنبال این بودیم که چگونگی اثرگذاری فضای مجازی بر شعر امروز ایران را براساس تجربهٔ زیستهٔ شاعران بررسی کنیم. بر این اساس:

۱- در حوزهٔ پیام (شعر): شاعران معتقدند فضای مجازی بیش از آنکه به انتشار شعرهای خوب، باکیفیت و ارزشمند منجر شده باشد، فضایی برای مطرح شدن شعرهای ضعیف، کپی‌کاری و سرقت ادبی را فراهم آورده است. فضای مجازی همچنین باعث ایجاد تغییرات سبکی و بلاغی در شعر شده و شعرهای

مناسبتی، احساسات‌گرا، از نظر زبانی ساده و تک‌بیت محور و کوتاه را رواج داده است و این مسأله در آینده تشدید خواهد شد.

۲- در حوزهٔ فرستندهٔ پیام (شاعر): به اعتقاد پاسخگویان، فضای مجازی از یک سو باعث شناخته شدن شاعران شده است و به شهرت آنان کمک کرده است و از سویی دیگر امکان ارائهٔ آثار واشعار شاعران گمنام، مقیم شهرستان‌ها و مقیم خارج از کشور را فراهم آورده است؛ اما این همهٔ ماجرا نیست؛ چرا که فضای مجازی باعث شده است اختیار و انحصار تولید و عرضهٔ شعر از کف فرهیختگان و نخبگان خارج شود اما شاعرانی که خارج از این فضا، شهرت یافته‌اند نه به دلیل قدرت و کیفیت شعرهایشان، بلکه به دلیل رفتارهای نمایشی و جنجالی، مورد توجه قرار گرفته‌اند.

۳- در حوزهٔ گیرندهٔ پیام (مخاطب): شاعران اذعان دارند که دایرهٔ مخاطبان شعر، به دلیل گسترش فضای مجازی گسترده‌تر و متنوع‌تر شده است. مخاطبانی از گروه‌های سنی و اجتماعی مختلف به این دایره اضافه شده‌اند که باعث شده است مخاطبان بالقوهٔ شعر امروز بسیار بیشتر از دیروز باشند اما حتی برخی از شاعران از اطلاق واژهٔ مخاطب به آنان پرهیز دارند؛ چرا که معتقدند این گروه، مخاطبانی هستند که شعر را تنها به عنوان یک تفنن و سرگرمی مطالعه می‌کنند و به همین دلیل سلیقهٔ ادبی تربیت نشده و نازلی دارند. برخی شاعران نگرانند که شاعران به تدریج به این سطح از سلیقهٔ مخاطب تن دهند و شعر از دوران شکوه خود بیش از پیش فاصله بگیرد.

۴- در حوزهٔ کانال (رسانه): بیشتر شاعران هنوز کتاب را رسانهٔ فرهیخته و اصلی شعر می‌دانند و نگران از بین رفتن این رسانه‌اند. در عین حال شاعران به این امر اذعان دارند که گسترش فضای مجازی باعث شده است امکان تأثیرگذاری مافیای نشر و رسانه، سانسور و دخالت حکومتی در روند آفرینش ادبی کم شود و از این امر استقبال می‌کنند.

۵- چنانچه دیدیم شاعران ضمن اذعان به امکانات تازه‌ای که شعر از طریق فضای مجازی به دست آورده است؛ نگران وضعیت ثبیت شده و عادت شدهٔ قبلی (انحصار تولید، قشربندی حرفه‌ای، مخاطب خطابی و رسانهٔ غیرتعاملی) هستند. بر این اساس پیش‌بینی آنها از ادامهٔ این روند را در حوزهٔ زیر می‌شود مشاهده کرد:

۶- در حوزهٔ بازخورد و تأثیر: شاعران به سه رهیافت معتقدند. رهیافت ادغام که براساس آن فضای مجازی در شعر سلیقه‌سازی کرده است و شعرهای ضعیفی که این روزها در فضای مجازی طرفداران زیادی دارد، جریان اصلی و غالب شعر ایران را تشکیل خواهد داد. رهیافت تداوم اما بن‌مایهٔ شعر فارسی را قدرتمندتر از این می‌داند که مقهور و مغلوب این فضا شود و در آینده شعرهای ضعیف چون کف روی آب از میان

خواهند رفت و بازهم فرهیختگان هستند که جریان اصلی شعر را پیش خواهند برد. رهیافت تلفیق اما معتقد است باید فضای عرضه و انتخاب برای همهٔ شاعران و مخاطبان وجود داشته باشد و فضای مجازی این فضا را ایجاد خواهد کرد اما شاعران نیز باید از این فضا برای ارتقای آگاهی و سلیقهٔ ادبی مخاطبانشان بهره ببرند و با ایجاد پیوندی میان فضای مجازی و ظرفیت‌های فضای حقیقی و جلسات ادبی به بالابردن سواد ادبی و رسانه‌ای مخاطبان خود کمک کنند.

پیشنهاد ما برای رسیدن به نقطهٔ تعادلی که در آن مخاطب و شاعر در تعاملی فرهنگی و ارتباطی درستی قرار گیرند، رهیافت سوم است. شاعران، باید واقعیت ارتباطی جدیدی را که در برابر آنان است، بپذیرند. نمی‌توان مخاطبی را که امکانات جدیدی برای تعامل و ایفای نقش ارتباطی به دست آورده است، به کلی نادیده گرفت. مخاطبان نیز باید نقش و مسئولیت خود را درک کنند و بدانند که در برابر انتشار اشعار جعلی و به اشتراک‌گذاری آثار ادبی که کیفیت نازلی دارند، مسئولند.

شاعران نتوانسته‌اند از امکان گفت‌وگویی، تعاملی و غیرمرکزی فضای مجازی استفاده کنند و از آنجایی که به رسانه‌های مرکزگرا و غیرتعاملی عادت کرده‌اند، نتوانسته‌اند به ایجاد یک حوزهٔ عمومی ادبی، کمک کنند. به همین دلیل پیشنهاد ما این است که شاعران در فضای مجازی تنها به تبلیغ و اشتراک‌گذاری شعر خود بسنده نکنند و بکوشند با ایجاد کانال‌ها، صفحات و گروه‌های شعری، مخاطب را با معیارهای شعر خوب و باکیفیت، آشنا کنند و با مخاطبان خود وارد گفت‌وگو و تعامل شوند و حق سلایق مختلف برای داشتن نمایندگانی خارج از حیطهٔ از پیش تعیین و تثبیت شدهٔ تولید ادبی را به رسمیت بشناسند. مخاطبان نیز سعی کنند از این فرصت برای ارتقای دانش ادبی خود بهره ببرند. هر دو سوی این تعامل ارتباطی باید وارد گفت‌وگویی واقعی و براساس به رسمیت شناختن یکدیگر شوند و به جای کتمان یا حذف طرف مقابل، به فهم نیازهای مخاطب و ارتقای سواد ادبی جامعه کمک کنند.

این پژوهش تنها عرصهٔ شعر را بررسی کرده است و شایسته است پژوهشگرانی دیگر، حوزه‌های دیگر هنری و بخصوص ادبیات داستانی امروز ایران را از منظر تأثیرگذاری فضای مجازی بر تجربهٔ زیستهٔ هنرمندان رشته‌های دیگر بررسی کنند تا بتوان به مدلی همه جانبه رسید که دربرگیرندهٔ سپهر ادبی و هنری ایران امروز باشد.

## کتابنامه

استراوس، نسلم و کربین، جولیت. (۱۳۹۷). مبانی پژوهش کیفی؛ فنون و مراحل تولید تظریهٔ زمینه‌ای. ترجمهٔ ابراهیم افشار. تهران: نشرنی.

اسکارپیت، روبر. (۱۳۹۲). جامعه شناسی ادبیات. ترجمهٔ مرتضی کتبی. تهران: سمت.

حیاوی، فهد. (۱۳۹۰). ارتباط میان ذهنی در زیست جهان پدیدارشناسی هوسرل. جستارهای فلسفی. شمارهٔ ۱۹. صص ۱۰۳ تا ۱۳۵.

رضی، احمد. (۱۳۸۹). مرجع شناسی اینترنتی در حوزهٔ مطالعات ادبی. پژوهشنامهٔ زبان و ادبیات فارسی. شماره۲. سال هشتم. صص ۵۷ تا ۸۲.

روح الامینی، محمود. (١٣٩٤). نمودهای فرهنگی و اجتماعی در ادبیات فارسی. تهران: آگه.

زکی، محمدعلی. (۱۳۹۷). فراترکیب پژوهش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران. فصلنامهٔ مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی. شمارهٔ ۳. صص٦٣ تا٨٥.

زلفعلي فام، جعفر؛ فراستخواه، مقصود؛ ملكـي، امیر و زاهدی مازندرانی، محمدجواد. (۱۳۹۷). پدیدارشناسی اخلاق اجتماعي کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: متولدان دهه شصتي دارای تحصیلات عالی). پژوهش های ارتباطی. شماره۲۵. صص ۱۵۵تا۱۸۵.

ذکایی، محمد سعید؛ نزاکتی رضاپور، فرزانه. (۱۳۹۷). سبک زندگی موبیتال در جامعه دانشجویی؛ فهم تجربهٔ زیستهٔ دانشجویان دانشگاه‌های علامه طباطبائی و صنعتی شریف. مطالعات رسانه‌های نوین. شمارهٔ ١٦. صص از ٤١ تا. ٧٤

سیاوشی، لیلا. (۱۳۹۲). مسأله زیست‌جهان در پدیده‌شناسی هوسرل. شناخت. شماره ٩٦. صص ٣٤ تا ٨٦.

شایگان، داریوش. (۱۳۹۳). پنج اقلیم حضور (فردوسی، خیام، مولوی، سعدی و حافظ) سخنی درباره شاعرانگی ایرانیان. تهران: فرهنگ معاصر.

ضابط، شادی؛ چشمه سهرابی، مظفر. (۱۳۸۸). تأملی بر نظریه‌های جامعه‌شناسی استفاده از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی (اشاعه، نوآوری و تصاحب). پژوهش های ارتباطی. شماره ٦٠. صص ۳۷ تا ۷۱.

عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۵). مطالعات جهانی شدن: دوفضایی ها و دوجهانی ها. تهران: سمت.

فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه (گراندد تئوری). تهران: نشر آگاه.

لیندلف، تامس؛ تیلور، برایان. (۱۳۹۲). روش های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات. ترجمه عبدالله گیویان. تهران: همشهری.

مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۰). مخاطب شناسی. ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

هاشمی‌زاده، سید رضا؛ انصاری نسب، بنیامین. (۱۳۹۶). عصر مجازی: تأملی بر کارکردهـا و رویکردهـای جامعـه مجازی. تهران: تیسا.

Barabási, A. L. & Frangos, J .(2014). Linked: the New Science of Networks Science of Net works. Basic Books.

Bourdieu, Pierre. (1993). the Field of Caltural Production. Polity Press.

Cadell, L. (2013). Socially Practical or Practically Unsociable? A Study into Social Media Policy Experiences in Queensland Cultural Heritage Institutions. Australian Academic & Research Libraries, Vol.44. No1. Pp3-13.

Feenberg, Andrew. (1991). Critical Theory of Technology. New York: Oxford University Press.

5- Evans, David & Tim Jackson. (2007). Towards a Sociology of Sustainable Lifestyles. University of Surrey.

Kietzmann, J. H; Hermkens, K; McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. Business Horizons.Vol.54.No 3.pp214-251.

Langdridge, Darren. (2007). Phenomenological Psychology: Theory, Research and Method. Harlow: The Open University.

Reber, A.S. (1995). Dictionary of Psychology.2nd Edition.London: Penguin.